EXTENSION COMMUNICATION PENTRU REZOLVAREA CONTRADICŢIEI ONTOLOGICE DINTRE COMUNICARE ŞI INFORMAŢIE

FLORENTIN SMARANDACHE, ŞTEFAN VLĂDUŢESCU

Studiul se înscrie în zona interdisciplinară dintre teoria informaţiei şi extensică, în calitatea ei de ştiinţă a rezolvării contradictoriilor. În acest spaţiu se abordează problema centrală a ontologiei informaţiei relaţia contradictorie dintre comunicare şi informare. Nucleul cercetării îl reprezintă realitatea că investigaţia ştiinţifică a relaţiei comunicare-informare a ajuns într-o fundătură. Relaţia bivalentă comunicare-informare, informare-comunicare a ajuns să fie contradictorie, iar cele două concepte să se blocheze reciproc. În condiţiile în care Extensics este o ştiinţă a soluţionării problemelor contradictorii, se vor utiliza „extensical procedures" pentru a rezolva contradicţia. În acest sens, ţinând cont că matter-elements sunt definite, se vor explora proprietăţile acestora („The key to salve contradictory problems, arată Wen Cai, întemeietorul Extensics (1999, p. 1540), is the study of properties about matter-elements"). Conform „The basic method of Extensics is called extension methodology" (…), iar „the application of the extension methodology in every field is the extention engineering methods" (Weihua Li, Chunyan Yang, 2008, p. 34).

Cu metode lingvistice, sistemice, şi hermeneutice, grefate pe „extension methodology" a) sunt „open up the things", b) este marcată „divergent nature of matter-element", c) are loc „extensibility of matter-element", iar c) „extension communication" face ca să se deschidă perspectiva nouă de incluziune, să se evidenţieze o ordonare a lucrurilor la un nivel superior şi să se rezolve elementele de contradictorialitate. „Extension" este, după cum postulează Wen Cai (1999, p. 1538) „opening up carried out".

După examinarea critică a poziţiilor contradictorii exprimate de mai mulţi dintre specialiştii în domeniu, se emite ipoteza extensică şi integratoare că informarea constituie o formă de comunicare. Obiectul comunicării îl reprezintă transmiterea unui mesaj. Mesajul poate fi constituit din gânduri, idei, opinii, sentimente, credinţe, date, informaţii, intelligence sau alte elemente semnificaţionale. Atunci când conţinutul mesajului este preponderent informaţional, comunicarea devine informare sau intelligence.

Argumentele de susţinere a ipotezei sunt de natură lingvistică (cel mai important fiind acela că există „comunicare de informaţii", dar nu şi „informare de comunicări"), de natură sistemic-procesuală (în sistemul de comunicare se dezvoltă un sistem de informare;

actantul informator este un tip de comunicator; procesul de informare este un proces de comunicare), argumente practice (delimitarea elimină eforturile de înţelegere disparată şi neconcordantă a celor două concepte), argumente epistemologice (se creează posibilitatea gândirii intersubiective a realităţii), argumente lingvistice (se clarifică şi se dă forţă referentului supraordonat, acela al comunicării ca proces), argumente logico-realiste (se reţine starea de lucruri care permite a gândi coerent într-un sistem de concepte – seriile derivative sau grupările integrative) şi argumente ale experienţei istorice (conceptul de comunicare are prioritate temporală, el apare de 13 ori la Iulius Caesar). Cele mai importante argumente sunt sintetizate în patru axiome: trei sunt bazate pe observaţii pertinente ale lui Tom D. Wilson-Solomon Marcus, Magoroh Maruyama şi Richard Varey, iar cea de-a patra reprezintă o aplicaţie relevantă a teorie neutrosofice a lui Florentin Smarandache pe domeniul comunicării.

Keywords: extention communication, information, extensics, ontology, neutrosophic communication, message

I. Teza informării ca formă a comunicării

Problema relaţiei dintre comunicare şi informare ca domenii de existenţă reprezintă axa de amprentă a ontologiei comunicării şi informării. Formatul ontologic permite două formule: existenţa în act şi existenţa virtuală. Componenta ontologică a conceptelor integrează o prezenţă sau o potenţă şi un fapt existenţial sau la un potenţial de existenţă.

Pe lângă elementul categorial-ontologic, în raportul nuclear al conceptelor de comunicare-informare prezintă specificităţi comparative şi în ce priveşte atribute şi caracteristici, pe trei componente epistemologică, metodologică şi hermeneutică.

În cadrul unei ştiinţe care şi-ar fi asumat ferm un obiect de studiu, o metodologie şi un set specific de concepte, această decizie ontologică întemeietoare s-ar fi luat în cadrul unei axiome. Se ştie că, în principiu, axiomele soluţionează, în limitele acelui tip de argument numit evidenţă (situaţie clară şi distinctă), raporturile dintre conceptele sistemice, structurale, bazale. În mod specific, în cadrul Extensics, ştiinţă cu viziune avansată, fundamentată de profesorul Wen Cai, axiomele reglementează raportul între două matter-elements cu profiluri divergente. Pentru problematicile comunicării şi informaţiei care s-au constituit relativ recent (de circa trei sferturi de secol) în obiecte de studiu sau domenii de preocupare ştiinţifică nu s-a găsit o autoritate care să tranşeze problema. Slăbiciunile acestor ştiinţe de tip soft sunt vizibile şi astăzi când după propuneri neacreditate de ştiinţe („comunicologie" - communicology de Joseph de Vito, „comunicatică" – „comunicatique" de G. Metayer; informologie Klaus Otten şi Anthony Debon) s-a recurs la rămânerea în ambiguitatea de validare a disciplinei „Ştiinţele comunicării şi informaţiei" sau „Ştiinţele informaţiei şi comunicării", bucurându-se de suportul unor cursuri, cărţi, studii şi dicţionare.

Această viziune generică de unitate şi coeziune nedreptăţeşte şi comunicarea şi informarea. În practică, aparenta nedreaptă tratare globală, integrativă şi la grămadă nu are o totală şi acoperitoare confirmare. În mai toate universităţile cu profil umanist ale lumii predomină facultăţile şi cursurile de comunicare, inclusiv în cele din România şi Republica

Populară Chineză. Profesorul Nicolae Drăgulănescu constata, pentru cazul României că în 20 de facultăţi se predă comunicarea (sub diferite titulaturi) şi în numai două se predă informarea-informaţia.

Principalele perspective din care a fost abordată relaţia contradictorie comunicare-informare sunt cea ontologică, cea epistemologică şi cea sistemică. În majoritatea cazurilor, opiniile au fost incidentale. Atunci când a fost vorba de studii dedicate, cel mai frecvent demersul comparativ nu s-a făcut în mod programat pe unul sau pe mai multe criterii şi nici în mod direct şi aplicat. Fundamentele rămân contribuţiile lui Jorge Reina Schement, Brent R. Ruben, Harmut B. Mokros şi Magoroh Maruyama.

În studiul său „Communication and Information" (1993, pp. 3-31), J.R. Schement porneşte de la constatarea că „în retorica Erei Informaţiei, comunicarea şi informarea converg în înţelesuri sinonime". Pe de altă parte, reţine că dimpotrivă există specialişti ce se pronunţă pentru a se statua o distincţie fermă a semnificaţiilor acestora. Pentru a lămuri exact relaţia dintre cele două fenomene, respectiv concepte, acesta examinează definiţiile informării şi comunicării care au marcat evoluţia „studiilor informării" şi „studiilor comunicării". Pentru informare (informaţie) rezultă trei teme fundamentale: informarea-ca-lucru (information-as-thing) (M. K. Buckland), informarea-ca-proces (information-as-process) (N. J. Belkin, R. M. Hays, Machlup & Mansfield etc.), informarea-ca-produs-al-manipulării (information-as-product-of-manipulation (C. J. Fox, R. M. Hayes). Se observă, totodată, că toate aceste trei teme implică, în aprecierea emitenţilor lor, o „conexiune cu fenomenul de comunicare" („connection to the phenomenon of communication"). În paralel, din examinarea definiţiilor comunicării se desprinde că specialiştii în mod „implicit sau explicit introduc noţiunea de informare în definirea comunicării". Tot trei se desprind a fi temele centrale ale definirii comunicării: comunicarea-ca-transmitere (communication-as-transmission) (W. Weaver, E. Emery, C. Cherry, B. Berelson, G. Steiner), comunicarea-ca-proces-de-împărtăşire (communication-as-sharing-process) (R. S. Gover, W. Schramm), comunicarea-ca-interacţiune (communication-as-interaction) (G. Gerbner, L. Thayer). Comparând cele 6 noduri tematice, Schement evidenţiază că legătura dintre informare şi comunicare este „deosebit de complexă" şi dinamică: „informarea şi comunicarea sunt întotdeauna prezente şi conexate" („information and communication are ever present and connected" (Schement J. R., 1993, p. 17). În plus, pentru ca „informarea să existe trebuie să fie prezent un potenţial de comunicare" („for information to exist the potential for communication must be present").

Rezultanta în plan ontologic a acestor constatări ar fi că <u>existenţa informării este (strict) condiţionată de prezenţa comunicării</u>. Adică pentru a exista informare trebuie neapărat să fie prezentă comunicarea. Comunicarea va preceda şi întotdeauna va condiţiona existenţa informării. Şi mai detaliat: comunicarea face parte din ontologia informării. Ontologic, informarea se iveşte în cadrul comunicării şi ca potenţă a comunicării. J. R. Schement este orientat pe găsirea unei căi de catagrafiere a unei imagini coerente care să conducă spre o Teorie a comunicării şi informării („Toward a Theory of Communication and Information" – Schement J. R., 1993, p. 6). De aceea, evită să reţină conclusiv prioritatea temporală şi lingvistică, precedenţa ontologică şi amploarea comunicării în raport cu informarea. Concluzia studiului este că 1. „Informarea şi

comunicarea sunt construcţii sociale" (cele „două cuvinte sunt utilizate ca interschimbabile, chiar ca sinonime" – se arată) (Schement J. R., 1993, p. 17); 2. „Studiul informării şi comunicării împărtăşesc concepte în comun" (în cadrul ambelor se vor regăsi comunicare, informare, „simbol, cogniţie, conţinut, structură, proces, interacţiune tehnologie şi sistem"- Schement J. R., 1993, p. 18); 3. „Informarea şi comunicarea formează două aspecte ale aceluiaşi fenomen" (Schement J. R., 1993, p. 18). Cu alte cuvinte, înţelegem că: a) în plan lingvistic („cuvintele", „termenii", „noţiunile", „conceptele", „ideea de") comunicarea şi informarea au o sinonimie; b) ca domeniu de studiu cele două recurg la acelaşi arsenal conceptual. Situaţia creată de aceste două elemente ale concluziei permite, în opinia noastră, o ierarhizare între comunicare şi informare. Dacă este cert că ontologic şi temporal comunicarea precedă informarea, dacă acest fenomen din urmă are o extensie mai mică decât primul, dacă eventuale ştiinţe care au obiect comunicarea, respectiv informarea, beneficiază de unul şi acelaşi vocabular conceptual, atunci informarea poate fi o formă de comunicare. În ciuda acestei direcţii pe care se înscriu în mod coerent argumentele lingvistice, categorial-ontologice, conceptual şi definiţional epistemologice aduse în argumentare, cel de-al treilea element al concluziei postulează existenţa unui fenomen unic care ar include comunicarea şi informarea (3. „Informarea şi comunicarea formează două aspecte ale aceluiaşi fenomen" - Schement J. R., 1993, p. 18). Acestui fenomen nu i se dă un nume. Panta conclusivă pe care se angajează argumentele şi elementele conclusive anterioare ne-a permis să articulăm informarea ca una dintre formele comunicării. În mod confirmativ, faptul că J. R. Schement nu numeşte un fenomen supraordonat comunicării şi informării, ne lasă posibilitatea atragem argumentul în a întări teza noastră că informarea este o formă de comunicare. Aceasta şi pentru că nu se poate găsi o categorie de fenomene care să înglobeze comunicarea şi informarea. J. R. Schement tinde către o perspectivă nivelatoare şi de convergenţă în ontologia comunicării şi informării. În schimb, M. Norton înclină către o diferenţiere pronunţată a comunicării de informare. El intră în grupul celor care văd comunicarea drept unul dintre procesele şi una dintre metodele „for making information available". Cele două fenomene „are intricately conected and have some aspects that seem similar, but they are not the same" (Norton M., 2000, p. 48 şi 39).

Harmut B. Mokros şi Brent R. Ruben (1991) fundamentează o viziune sistemică şi nivelară a înţelegerii relaţiei comunicare-informare. Luând în calcul contextul de raportare ca element de bază al structurii interne a sistemelor de comunicare şi de informare, aceştia evidenţiază informaţia drept criteriu de radiografiere a relaţionării. Metoda sistemic-teoretică non-lineară de cercetare fundamentată în 1983 de B. R. Ruben este aplicată obiectului de studiu reprezentat de fenomenele de comunicare şi informare. Cercetarea se situează în „Information Age" şi creează un tablou de raportare informaţional. Meritul principal al investigaţiei vine din relevanţa dată insubodonării dintre comunicare şi informare sub aspectul unei comunicări unipolare ce se raportează la o informaţie nivelară. Interesantă este abordarea informaţiei sub trei aspecte constitutive: „informatione" (informaţia potenţială – aceea care există într-un anume context, dar care n-a primit o semnificanţă în sistem), „information" (informaţiile active în sistem) şi „informations" (informaţiile create social şi cultural în sistem). Informarea nivelară se află în relaţie cu o

comunicare unificată. Pe fiecare palier al informării există comunicare. Informarea şi comunicarea sunt coprezente: comunicarea este inerentă informării. Informarea are inerente proprietăţi de comunicare. Cercetarea aduce o clarificare sistemic-contextuală a relaţiei dintre comunicare şi informare şi doar în subsidiar o situare ontologică fermă. În orice caz: niciodată în informare nu lipseşte comunicarea.

În cele mai importante dintre studiile profesorului Stan Petrescu, „Informaţiile, a patra armă” (1999) şi „Despre intelligence. Spionaj-Contraspionaj” (2007), informaţia este înţeleasă ca „un fel de comunicare” (Petrescu S., 1999, p. 143) şi situată în contextul mai larg al „cunoaşterii despre mediul informaţional intern şi internaţional” (Petrescu S., 2007, p. 32).

II. Obiectul comunicării: mesajul. Obiectul informării: informaţia. Teza informaţiei ca specie de mesaj

Pentru definitivarea tezei noastre de bază aceea a informării ca formă de comunicare pot fi aduse noi argumente care se coroborează cu cele anterior menţionate. Ca fenomene, ca procese, comunicarea şi informarea au loc în cadrul unui sistem unic de comunicare. În cadrul comunicării, informarea şi-a dobândit un profil specializat. În câmpul informării, intelligence-ul, la rândul lui, şi-a consolidat un profil specific detectabil, discriminabil şi identificabil. Este în consecinţă de acceptat sub presiunea argumentului practic că se poate vorbi de un sistem general de comunicare care în raport de mesajul transmis şi configurat în procesul de comunicare ar putea fi imaginat ca sistem de informare (information system) sau ca sistem de intelligence (intelligence system). Sub imperiul presupoziţiei sistemice că un comunicator (unitar) transmite sau configurează tranzacţional împreună cu alt comunicator (destinatar) un mesaj, înţelegem sistemul comunicaţional ca unitatea interacţională a factorilor ce exercită şi îndeplinesc funcţia de comunicare a unui mesaj.

În cărţile sale „Messages: building interpersonal communication skills” (ajunsă în 1993 la a patra ediţie, iar în 2010 la a douăsprezecea) şi „Human communication” (2000), Joseph De Vito (reputatul specialist ce a propus pentru ştiinţele comunicării titulatura de „Communicology” - 1978), elaborează un concept de mesaj simplu şi productiv. Mesajul este, ca şi conţinut, ceea ce se comunică. Ca factor sistemic, el se profilează ca ceea ce este comunicat. De amintit în această ordine de idei că germanul Otto Kade a insistat ca ceea ce se comunică să primească titulatura de „comunicat”. În concepţia lui Joseph De Vito, prin comunicare se transmit înţelesuri. „Mesajul comunicat” constituie doar o parte a înţelesurilor (De Vito J., 1993, p. 116). Printre înţelesurile împărtăşite se regăsesc sentimente, percepţii (De Vito J., 1993, p. 298). De asemenea, se pot comunica informaţii (De Vito J., 1990, p. 42), (De Vito J., 2000, p. 347).

În cadrul unei „teorii a mesajului” numita „Angelitică” (Angelitics), Rafael Capurro exprimă opinia că mesajul şi informaţia sunt concepte ce desemnează fenomene similare, dar nu identice. În limba greacă „angelia” însemna mesaj; de aici, „Angelitica” sau teoria mesajului (Angelitica este altceva decât Angeologia care se ocupă, în câmpul religiei şi teologiei, cu studiul îngerilor) (http://www.capurro.de/angelitics.html). R. Capurro fixează 4 criterii de evaluare a raportului dintre mesaj şi informaţie. Similitudinea celor două se extinde pe trei dintre ele. Mesajul, ca şi informaţia, se caracterizează astfel: „is supposed to

bring something new and/or relevant to the receiver; can be coded and transmitted through different media or messengers; is an utterance that gives rise to the receiver's selection through a release mechanism of interpretation". Diferenţa dintre cele două este următoarea: „a message is sender-dependent, i.e. it is based on a heteronomic or assymetric structure. This is not the case of information: we receive a message but we ask for information" (http://www.capurro.de/angeletics_zkm.html). A solicita informaţii înseamnă a transmite un mesaj de solicitare de informaţii. Prin urmare, mesajul este similar cu informaţia şi pe acest criteriu. În opinia noastră, diferenţa dintre ele este de la gen la specie: informaţia este o specie de mesaj. Mesajul depinde de transmiţător şi informaţia, la fel. Informaţia este, însă, o specificaţie a mesajului, este un mesaj informativ. C. Shannon apreciază că mesajul reprezintă obiectul definitoriu al comunicării. El este miza comunicării, căci „the fundamental problem of communication is that of reproducing at one point either exactly or aproximately a message selected at another point" (1949, p. 31).

Procesul de comunicare constă în fapt în „comunicarea" unui mesaj complex şi multistratificat. În mesaj se pot regăsi „gânduri, interese, talente, experienţe" (Duck S., Mc Mahan D.T., 2011, p. 222), „informaţii, idei, credinţe, sentimente" (Wood J. T., 2009, p. 19 şi p. 260). G. A. Miller, T. M. Newcomb şi Brent R. Ruben consideră că obiectul comunicării îl formează informaţiile: „Communication - arată Miller – means that information is passed from one place to another" (Miller G. A., 1951, p. 6). La rândul său, T. M. Newcomb precizează: „very communication act is viewed as a transmission of information" (Newcomb T. M., 1966, p. 66), iar Brent R. Ruben susţine: „Human communication is the process through which individuals in relationships, groups, organizations and societies create, transmit and use information to relate to the environment and one another" (Ruben B. R., 1992, p. 18).

Profesorul Nicolae Drăgulănescu, membru al American Society of Information Science and Technology, este cel mai important dintre specialiştii români în Ştiinţa informaţiei. În opinia sa, „comunicarea informaţiei" este al treilea dintre cele patru procese ce constituie „ciclul informaţional", alături de generarea informaţiei, prelucrarea/stocarea informaţiei şi utilizarea informaţiei. Procesul de comunicare, arată N. Drăgulănescu, este unul dintre procesele al căror obiect îl constituie informaţia (http://ndragulanescu.ro/publicatii/CP54.pdf, p. 8). Pe aceeaşi linie se situează şi Gabriel Zamfir; acesta gândeşte informaţia ca reprezentând „ceea ce se comunică într-unul sau altul dintre limbajele disponibile" (Zamfir G., 1998, p. 7), la fel şi profesoara Sultana Craia: comunicarea este un „proces de transmitere a unei informaţii, a unui mesaj" (Craia S., 2008, p. 53).. În general, se acceptă că informarea înseamnă transmiterea/primirea de informaţii. Cu toate acestea, atunci când se vorbeşte de transmiterea informaţiilor, procesul este considerat a fi nu informare, ci comunicare. De aceea, se creează aparenţa că informaţiile sunt produsul, iar comunicarea ar fi doar procesul de transmitere. Teodoru Ştefan, Ion Ivan şi Cristian Popa precizează: „Comunicarea este procesul de transmitere a informaţiilor, deci raportul dintre cele două categorii este de la produsul de bază la transmiterea lui" (Ştefan T., Ivan I., Popa C., 2008, p. 22). Profesorii Vasile Tran şi Irina Stănciugelu văd comunicarea ca un „schimb de informaţii cu conţinut simbolic" (Tran V., Stănciugelu I., 2003, p. 109). În fapt, comunicarea este un concept supraordonat şi o

categorie ontologică mai extinsă decât informarea sau informaţia. Pe de altă parte, informaţiile se generează chiar în procesul global de comunicare. Din această perspectivă, informarea (al cărei obiect-mesaj îl alcătuiesc informaţiile) constituie o comunicare regională, sectorială. Informarea este acea comunicare al cărei mesaj este constituit din semnificaţii noi, relevante, oportune şi utile, adică din informaţii. Această poziţie o împărtăşeşte şi Doru Enache (2010, p. 26).

Poziţia fixată de Norbert Wiener, consolidată de L. Brillouin şi însuşită de mulţi alţii face din informaţie singurul conţinut al mesajului. N. Wiener arată că mesajul „conţine informaţie" (Wiener N., 1965, p. 16), L. Brillouin vorbeşte despre „informaţia conţinută de mesaj" (Brillouin L., 2004, p. 94 şi p. 28).

Prin comunicare se „vehiculează informaţii, noţiuni, emoţii, convingeri" şi comunicarea „presupune (şi subsumează) informarea" (Rotaru N., 2007, p.10). Reputaţii profesori Marius Petrescu şi Neculae Nābârjoiu consideră că departajarea între comunicare şi informare trebuie să se realizeze în funcţie de mesaj. O comunicare ce are un mesaj informativ devine informare. Ca formă a comunicării, informarea se caracterizează printr-un mesaj informativ, iar un „mesaj rămâne informativ atât cât conţine ceva necunoscut încă" (Petrescu M., Nābârjoiu N., 2006, p. 25). Unul dintre posibilele elemente semnificaţionale ce ar putea alcătui conţinutul mesajului este deci şi informaţia. Alte componente ar putea fi gândurile, ideile, credinţele, cunoştinţele, sentimentele, trăirile, experienţele, noutăţile faptele etc. Comunicarea este „comunicare" a unui mesaj indiferent de fondul semnificaţional al acestuia.

III. Patru axiome de ontologie a comunicării-informării

3.1. Axioma mesajului. Numim axiomă ontologică de segregare privind obiectul sau axioma Tom D. Wilson-Solomon Marcus teza că nu orice comunicare este informare, dar orice informare este comunicare. Ori de câte ori mesajul conţine informaţii, procesul comunicaţional capătă profil informaţional. Totodată, sistemul comunicaţional devine sistem informaţional. În mod derivat comunicatorul devine „informator", iar relaţia comunicaţională se transformă în relaţie informaţională. Baza interacţională a societăţii, chiar în Era informaţională, o constituie interacţiunea comunicaţională. Majoritatea interacţiunilor sociale sunt non-informaţionale. În acest sens, T. D. Wilson observa: „We frequently receive communications of facts, data, news, or whatever which leave us more confused than ever. Under formal definition these communications contain no information" (Wilson T. D., 1987, p. 410). Academicianul Solomon Marcus ia în calcul existenţa incontestabilă a unei comunicări „în absenţa unui transfer de informaţie" (Marcus S., 2011, vol. 1. p. 220). Pentru comunicările ce nu conţin informaţii nu deţinem un termen separat şi specific. Comunicările ce conţin informaţii sau doar informaţii se numesc informări.

Comunicarea implică un fel de informaţie, dar, aşa cum precizează Jean Baudrillard (Apud Dâncu V.S., 1999, p. 39), „ea nu se întemeiază obligatoriu pe informaţie". Mai exact, orice comunicare conţine o cunoaştere care poate fi cunoştinţe, date sau informaţii. Prin urmare, în comunicare, informaţia poate lipsi, poate avea caracter adiacent, incident ori colateral. Comunicarea poate fi informaţională prin natura sau prin destinaţia ei. Acea

comunicare ce prin natura şi organizarea ei este comunicare de informaţie poartă numele de informare.

Principalul proces derulat în Information System îl reprezintă informarea. Funcţia unui astfel de sistem este de a informa. Actanţii pot fi informatori, producători-consumatori de informaţii, transmiţători de informaţii etc. Acţiunea de informare capătă identitate prin acoperirea ce i-o aduce onto-categorial verbul „a informa”. La rândul lui, Petros A. Gelepithis consideră cele două concepte, comunicare şi informare, că sunt capitale pentru „the study of information system” (Gelepithis P. A., 1999, p. 69).

Confirmând axioma informaţiei ca mesaj reducţionist, ca obiect redus de comunicare, Soren Brier arată: „communication system actually does not exchange information” (Brier S., 1999, p. 96). Uneori, în cadrul sistemului de comunicare nu se mai schimbă informaţii. Cu toate acestea, comunicarea subzistă; sistemul de comunicare îşi păstrează validitatea, ceea ce indică şi, subsecvent, probează că poate exista comunicare care să nu incumbe informaţie.

Atunci

a) când în cadrul Information System se introduc principii funcţionale precum „need to know”/”need to share”,

b) când se derulează procese de culegere, analiză şi diseminare de informaţii,

c) când beneficiarii sunt decidenţi, „decisionmaker”, „minister”, „governement”, „polcymakers” şi

d) când intervine elementul de secretivitate,

acest Information System devine Intelligence System (vezi Gill P., MarrinS., Phytian M., 2009, p. 16, p. 17, p. 112, p. 217), (Sims J.E., Gerber B., 2005, p. 46, p. 234; Gill P., Phytian S., 2006, p. 9, p. 236, p. 88; Johnson L.K. (ed.) 2010, p. 5, p. 6, p. 61, p. 392, p. 279, Maior G.-C. (ed.), 2010). „Secrecy, arată Peter Gill, is a key to understanding the essence of intelligence” (Gill P., Marrin S., Phytian M., 2009, p. 18), iar profesorul George Cristian Maior accentuează: „în intelligence, esenţiale rămân colectarea şi procesarea informaţiilor din surse secrete” Maior G.-C., 2010, p. 11).

Sherman Kent, W. Laqueur, M. M. Lowenthal, G.-C. Maior ş.a. pornesc de la un concept de intelligence complex şi multistratificat, înţeles ca semnificând cunoaştere, activitate, organizaţie, produs, proces şi informaţie. Subsecvent, se pune problema ontologiei, epistemologiei, hermeneuticii şi metodologiei intelligence-ului. Alături de Peter Gill, G.-C. Maior face operă de pionierat în a separa abordarea ontologică a intelligence-ului de cea epistemologică şi a analiza „fundamentul epistemologic al activităţii de informaţii” (Maior G.-C., 2010, p. 33 şi p. 43). Intelligence-ul trebuie gândit şi din perspectiva axiomei ontologice a obiectului. Sub acest aspect, este de observat că una dintre semnificaţiile sale, poate cea critică, îl situează într-un fel sau altul în perimetrul informaţiilor. În opinia noastră, acele informaţii care au importanţă majoră pentru operatori acreditaţi ai puterii statale, economice, financiare, politice etc. şi deţin ori dobândesc un caracter confidenţial-secret sunt sau devin intelligence. Informaţiile din sistemele de intelligence pot constitui în sine intelligence sau ajung să fie intelligence în urma unor procesări specializate. „Intelligence-ul nu este doar informaţie care există pur şi simplu” (Marinică M., Ivan I., 2010, p. 108), reţin Mariana Marinică şi Ion Ivan, el se obţine în

urma unui „act conştient de creaţie, colectare, analiză, interpretare şi modelare a informaţiilor" (Marinică M., Ivan I., 2010, p. 105).

3.2. Axioma teleologică. Pe lângă axioma de segregare a comunicării de informare în raport cu obiectul (mesajul), se poate reţine ca axiomă o contribuţie a lui Magoroh Maruyama la demitizarea informării. În articolul „Information and Communication in Poly Epistemological System" din „The Myths of Information", acesta arată: „The transmission of information is not the purpose of communication. In Danish culture, for exemple, the purpose of communication is frequently to perpetuate the familiar, rather than to introduce new information" (1980, p. 29).

Axioma ontologică de segregare în raport cu scopul determină informarea drept acel tip de comunicare cu emergenţă redusă în care scopul interacţiunii îl reprezintă transmiterea de informaţii.

3.3. Axioma lingvistică. O a treia axiomă de segregare ontologică comunicare-informare se poate desprinde în raport cu argumentul lingvistic al contextului gramatical acceptabil. Richard Varey gândeşte că a înţelege „the difference between communication and information is the central factor" şi găseşte în contextul lingivstic criteriul de a valida diferenţa: „we speak of giving information **to** while communicate **with** other" (1997, p. 220). Transmiterea de informaţii are loc „către" sau cuiva, iar comunicarea are loc „cu". Alături de această variantă de context gramatical se mai poate înregistra şi situaţia de acceptabilitate a unor enunţuri în raport cu obiectul procesului de comunicare, respectiv obiectul procesului de informare.

Enunţul „a comunica un mesaj, informaţii" este acceptabil. În schimb, enunţul „a informa comunicări" nu este. Sintagma „comunicarea de mesaje-informaţii" este validă, dar sintagma „informarea de comunicări", nu. Prin urmare, limba poartă cunoaştere şi ne „ne îndrumă" (cum spune Martin Heidegger) să observăm că, lingvistic, comunicarea are o ontologie mai extinsă şi că ontologia informării i se subsumează.

Caracterul ontic şi ontologic al limbii îi permite acesteia să exprima existenţa şi să realizeze o specificare funcţional-gramaticală. Limba nu permite decât existenţe gramaticale. Ca mesaj, informaţia poate fi „comunicată" sau „comunicabilă". Subzistă şi cazul că o informaţie să nu fie „comunicată" ori „comunicabilă". În mod conex, comunicarea nu poate fi „informată". Câmpul semantic al comunicării este deci mai extins, mai bogat şi mai versatil. Comunicarea permite „incomunicabilul".

3.4. Axioma comunicării neutrosofice. Înţelegând cadrul fixat de cele trei axiome, constatăm că unele elemente comunicaţionale sunt heterogene şi neutre în raport cu criteriul informativităţii. Dintr-un discurs pot fi suprimate anumite elemente, fără ca mesajul să sufere modificări informaţionale. Aceasta înseamnă că unele semnificaţii mesajual-discursive sunt redundante, altele sunt neesenţiale în raport de orexisul-direcţia practică sau de nuanţă practică în ordinea gândirii. Redundanţele şi elementele semnificaţionale non-nucleare pot fi elidate, iar mesajul rămâne informaţional neschimbat. Aceasta probează existenţa unor nuclee de semnificaţii neutre, neutrosofice. (În ce priveşte fundamentele epistemologice ale conceptului de neutrosofie trimitem la lucrarea lui Florentin Smarandache, *A Unifying Field in Logics, Neutrosophic Logic, Neutrosophy, Neutrosophic Set, Neutrosophic Probability and Statistics*, 1998).

Pe funcţionarea acestui fenomen se bazează procedurile de contragere textuală, de grupare, de înseriere, de asociere, de rezumare, de sintetizare, de integrare.

Propunem să se înţeleagă prin comunicare neutrosofică acel tip de comunicare în care mesajul este constituit din şi se fundamentează pe elemente semnificaţionale neutrosofice: non-informaţionale, redundante, elidabile, contradictorii, incomplete, vagi, imprecise, contemplative, non-practice, de cultivare relaţională. Comunicarea informaţională este acel tip de comunicare al cărei obiect îl alcătuieşte împărtăşirea unui mesaj informaţional. Demersul fundamental al emitentului este, în comunicarea informaţională, acela de a informa. A informa este a transmite informaţii sau, exact, cu cuvintele profesorului Ilie Rad: „să informeze, adică să transmită doar informaţii” (Moldovan L., 2011, p. 70). În linii generale, orice comunicare conţine unele ori anumite elemente neutrosofice, elemente suprimabile, redundante, elidabile, non-nucleare. Când însă elementele neutrosofice au preponderenţă comunicarea nu mai este informaţională, ci neutorsofică. Ca atare, axioma neutrosofică ne permite să delimităm două tipuri de comunicare: comunicarea neutrosofică şi comunicarea informaţională. În majoritatea timpului comunicarea noastră este neutrosofică. Comunicarea neutrosofică este regula. Comunicarea informaţională constituie excepţia. În oceanul comunicării neutrosofice se
Dobreanu C., *Preventing surprise at the strategic lever,* Buletinul Universităţii Naţionale de Apărare „Carol I”, anul XX, nr. 1/2010, pp. 225-233, 2010.
Enache Doru, *Informaţia, de la primul cal troian la cel de-al doilea cal troian*, Paraşutiştii, anul XIV, nr. 27(36), pp. 25-28, 210.
Păvăloiu C., *Elemente de deontologie a evaluării în contextul creşterii calităţii actului educaţional*, Forţele terestre, nr. 1/2010.
diferenţiază insule diamantine de comunicare informaţională.

BIBLIOGRAFIE

1. Brier S., *What is a Possible Ontological and Epistemological Framework for a true Universal Information Science*, în Hofkirshner W. (ed.), *The Quest for a unified Theory of Information*, Amsterdam, Gordon and Breach Publishers, 1999.
2. Brillouin L., *Science and Information Theory*, 2nd edition, New York, Dober Publications Inc., 2004.
3. Cai Wen, *Extension Theory and its Application*, Chinese Science Bulletin, vol. 44, nr. 17, pp. 1538-1548, 1999.
4. Craia Sultana, *Dicţionar de comunicare, mass-media şi ştiinţa comunicării,* Bucureşti, Editura Meronia, 2008.
5. Dâncu V. S., *Comunicarea simbolică*, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 1999.
6. DeVito, J. A., *Communicology*, New-York, Harper and Row, 1982.
7. DeVito J., *Messages*, Harper Collins College Publishers, 1993.
8. DeVito J., *Human Communication*, Addison Wesley Longman Inc., 2000.
9. Dobreanu Cristinel, *Preventing surprise at the strategic lever,* Buletinul Universităţii Naţionale de Apărare „Carol I”, anul XX, nr. 1, pp. 225-233, 2010.

10. Duke S., Mc Mahan D.T., *The Basics of Communication*, London, Sage Publications Inc., 2011.
11. Enache Doru, *Informaţia, de la primul cal troian la cel de-al doilea cal troian*, Paraşutiştii, anul XIV, nr. 27(36), pp. 25-28, 2010.
12. Gelepithis P.A., *A rudimentary theory of information* în Hofkirshner W. (ed.), *The Quest for a unified Theory of Information*, Amsterdam, Gordon and Breach Publishers, 1999.
13. Gill P., Phytian S., *Intelligence in an insecure world*, Cambridge, Polity Press, 2006.
14. Gill P., Marrin S., Phytian S., *Intelligence Theory: Key questions and debates*, Routledge, New York, 2009.
15. Li Weihua, Yang Chunyan, *Extension Information-Knowledge-Strategy System for Semantic Interoperability,* Journal of Computers, vol. 3, no. 8, pp. 32-39, 2008.
16. Marinică M., Ivan I., *Intelligence – de la teorie către ştiinţă*, Revista Română de Studii de Intelligence, nr. 3, pp. 103-114, 2010.
17. Johnson L.K. (ed.), *The Oxford of Nnational Security Intelligence*, Oxford University Press, 2010.
18. Maior George Cristian, *Un război al minţii. Intelligence, servicii de informaţii şi cunoaştere strategică în secolul XXI*, Bucureşti, Editura RAO, 2010.
19. Marinescu Valentina, *Introducere în teoria comunicării*, Bucureşti, Editura C. H. Beck, 2011.
20. Marcus Solomon, *Întâlniri cu /meetings with Solomon Marcus*, Bucureşti, Editura Spandugino, 2011, 2 volume.
21. Maruyama M., *Information and Communication in Poly-Epistemological Systems*, în Woodward K. (ed.), *The Myths of Information*, Routledge and Kegan Paul Ltd., 1980.
22. Métayer, G., *La Communicatique*, Paris, Les éditions d'organisation, 1972.
23. Miller G.A., *Language and communication*, New York, Mc-Graw-Hill, 1951.
24. Mokros H.B. şi Ruben B.D., *Understanding the Communication-Information Relationship: Levels of Information and Contexts of Availabilities*, Science Communication, June 1991, vol. 12, no. 4, pp. 373-388.
25. Moldovan L., *Indicii jurnalistice. Interviu cu prof. univ. dr. Ilie Rad* în Vatra veche, Serie nouă, Anul III, nr. 1(25), ianuarie 2011(ISSN 2066-0962), pp. 67-71.
26. Newcomb TM, *An Approach to the study of communicative acts*, în Smith A.G. (ed), Communication and culture, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1966.
27. Norton M., *Introductory concepts of Information Science*, Information Today, Inc., 2000.
28. Păvăloiu Catherine, *Elemente de deontologie a evaluării în contextul creşterii calităţii actului educaţional*, Forţele terestre, nr. 1/2010.
29. Petrescu Marius, Năbârjoiu Neculae *Managementul informaţiilor*, vol. I, Târgovişte, Editura Bibliotheca, 2006.
30. Petrescu Stan, *Despre intelligence. Spionaj-Contraspionaj*, Bucureşti, Editura Militară, 2007.

31. Petrescu Stan, *Informaţiile, a patra armă*, Bucureşti, Editura Militară, 1999.
32. Popa C., Ştefan Teodoru, Ivan Ion, *Măsuri organizatorice şi structuri funcţionale privind accesul la informaţii*, Bucureşti, Editura ANI, 2008.
33. Popescu C. F., *Manual de jurnalism*, Bucureşti, Editura Tritonic, 2004, 2 volume.
34. Rotaru Nicolae, *PSI-Comunicare*, Bucureşti, Editura A.N.I., 2007.
35. Ruben B.D, *The Communication-information relationship in System-theoretic perspective,* Journal of the American Society for Information Science, volume 43, issue 1, pp. 15-27, January 1992.
36. Ruben B.D., *Communication and human behavior*,New York, Prentice Hall, 1992.
37. Schement J.R., *Communication and information* în Schement J.R., Ruben B.D., *Information and Behavior*, volume 4, Between Communication and Information, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey, 1993.
38. Shannon C., Weaver W., *The mathematical theory of communication*, Urbana, University of Illinois Press, 1949.
39. Sims J.E., Gerber B., *Transforming US Intelligence,* Washington D.C., Georgetown University Press, 2005.
40. Smarandache F., *A Unifying Field in Logics, Neutrosophic Logic, Neutrosophy, Neutrosophic Set, Neutrosophic Probability and Statistics*, American Research Press, Rehoboth, 1998.
41. Smarandache F., *Toward Dialectic Matter Element of Extensics Model*, sursă Internet, 2005.
42. Tran V., Stănciugelu I., *Teoria comunicării*, Bucureşti, comunicare.ro, 2003.
43. Vlăduţescu Şt., *Informaţia de la teorie către ştiinţă*, Bucureşti, Editura Didactică şi Pedagogică, 2002.
44. Vlăduţescu Şt., *Comunicare jurnalistică negativă*, Bucureşti, Editura Academiei Române, 2006.
45. Wiener N., *Cybernetics*, 3th ed., Mit Press, 1965.
46. Wilson T.D., *Trends and issues in information science*, în Boyd-Barrett O., Braham P., Media, Knowledge and Power, London, Croom Helm, 1987.
47. Wood J.T., *Communication in Our Lives*, Wadsworth/Cengage learning, 2009.
48. Zamfir G., *Comunicarea şi informaţia în sistemele de instruire asistată de calculator din domeniul economic*, Informatica Economică, nr. 7/1998, p. 7.